

Resultados o el registro indiscutible (Un rasgo noticioso)

Lorenzo Gomis

La afirmación básica es la siguiente: en todo hecho noticioso se dan unos rasgos que explican que se haya convertido en noticia, haya sido captado con rapidez por los medios, atraiga el interés del público y pueda repercutir en nuevos hechos.

Nos apartamos aquí de las caracterizaciones de la noticia que aparecen en los manuales y reducimos todos los rasgos que hacen periodístico o noticioso un hecho a cuatro, que denominamos así: 1) Resultados. 2) Apariciones. 3) Desplaza mientos. 4) Explosiones. No se pretende con ello clasificar el material noticioso, puesto que en un mismo hecho pueden darse dos o tres de los rasgos y con trabajo se establecerá a veces cuál es el dominante. No se trata, pues, de clasificar el material, sino de explicar mejor las características de los hechos difundidos en los medios como noticias y por qué han sido precisamente escogidos como noticias y ejercen influencia como tales en el público.

Se trata más bien de captar o entender los rasgos «que hacen la noticia» en un repertorio funcionalmente reducido. Los diversos rasgos refuerzan en todo caso, al coincidir, el carácter de noticia de un hecho. Cada rasgo acentúa un aspecto del hecho, de la noticia: el resultado lo que tiene de dato; la aparición lo que dice o tiene de mensaje; el desplazamiento, adónde va, con quién se encuentra, el sentido de la trayectoria, huellas o movimiento, en una palabra, la tendencia; y la explosión, finalmente, el peligro, la destrucción violenta de vidas humanas, la amenaza, la inquietud.

El resultado se expresa a menudo con un número, la aparición con un rostro o una voz, el desplazamiento con un itinerario lleno de imágenes sucesivas y gestos rituales, la explosión con un estallido o choque.

En este artículo hablaremos de lo que llamamos resultados.

Verdades indiscutibles, resultados finales

En un mundo en que el suministro inicial de noticias está en manos de los interesados en difundir hechos que les favorezcan es natural que los medios sientan predilección por las verdades indiscutibles, por los hechos consumados, por los resultados finales de cualquier proceso, debidamente registrados de forma fehaciente.

El rasgo ideal de una noticia es que sea un resultado, algo registrado de forma pública y decisiva. Los medios necesitan resultados para dar seriedad a su producto. Cuando todo

es discutible y tantas apreciaciones contradictorias circulan e incluso son publicadas, los medios necesitan pisar un suelo estable, seguro, públicamente reconocido. Por eso, en todos los noticiarios suele haber una capa básica de noticias que no son impresiones ni opiniones, que no son apreciaciones interesadas, sino que son simplemente resultados.

Los resultados son noticias inatacables, como el esqueleto sólido y consistente de la información. Gustarán o no, beneficiarán o perjudicarán, pero los medios quedan profesionalmente a cubierto de cualquier reproche, puesto que lo que es indiscutible es que aquel resultado se ha producido y los medios lo comunican simplemente para información de todos.

Ventajas informativas de lo numérico

Escribía LIPPMANN (1969) que si algún día una legislatura, habiendo agotado todas las demás formas de mejorar a la humanidad, llegase a prohibir que se marcasen los tantos cuando se juega al béisbol, sería aún posible jugar algún tipo de juego donde el juez decidiera, según su propio criterio de un juego justo, cuánto habría de durar un partido, cuándo le tocaría tomar el palo a cada equipo y a quién considerar como ganador. Si se publicase la crónica del partido en los diarios, ésta consistiría en un registro de las decisiones del juez, más las impresiones del reportero sobre los silbidos o aclamaciones de la muchedumbre, más, en el mejor de los casos, un relato vago de cómo ciertos hombres, que no tenían una posición específica en el campo de juego, se movieron durante unas horas en un pedazo de suelo no delimitado.

Cuanto más tratamos de imaginar la lógica de una situación tan absurda, más claramente vemos que, para los fines del periodismo, y por supuesto para jugar un partido, es imposible hacer gran cosa sin un aparato y reglas que permitan apuntar los tantos y registrar lo que ocurre. La vida del juez es, a menudo, una vida de demencia, porque la maquinaria está lejos de ser perfecta. Muchas de las jugadas críticas han de ser juzgadas a ojo. Se podría eliminar el último vestigio de disputa, como se ha eliminado del ajedrez, donde la gente obedece a reglas, si alguien se tomase la pena de fotografiar cada jugada (eso que preveía Lippmann en 1924 es ya práctica habitual y vemos los domingos a los pontífices del fútbol dictaminar diseccionando las jugadas en la mesa de operaciones de la moviola y hasta haciendo la autopsia al partido).

Ya entonces, por cierto, había casos, y Lippmann cita uno. El cine dio la decisión final sobre una duda real, existente a causa de la lentitud de la percepción visual en la mente de muchos periodistas, sobre el golpe exacto de Dempsey que desvaneció a Carpentier. En resumidas cuentas, donde existe una buena máquina para registrar, el moderno servicio de noticias funciona con gran precisión.

Los resultados sirven además como resúmenes de procesos largos y complejos que han levantado grandes pasiones y sobre los que se seguirá discutiendo a lo largo de la semana. Si hay poco espacio, los resultados bastan para dar noticia de los encuentros de fútbol en tercera división, o aun de primera en el alcance de última hora de un noticiario radiado. La información deportiva está llena de resultados y esas noticias indiscutibles sirven lo mismo para los seguidores del Real Madrid que para los del Barça, para los que

habían apostado por un caballo que para los que habían apostado por otro, para los aficionados a la natación en Estados Unidos, en Alemania o en la Unión Soviética. Los resultados son noticias realmente universales y neutras, y por eso se ajustan admirablemente a los principios básicos que presiden la difusión de noticias.

Puede que se cuenten en tantos, en goles, en minutos y segundos (y décimas, por supuesto). Los toros tienen también su resumen convencional: oreja, rabo, vuelta al ruedo, salida a los medios, y también palmas, pitos, ovación, silencio. Es posible dar así el equivalente del resultado con una serie de consideraciones sumarias en términos admitidos.

Todo lo que sea numérico tiene grandes ventajas informativas. Lo mismo si el tanteo final refleja el balance de un esfuerzo tenaz de los contendientes y viene de algún modo a sentenciar sus habilidades y méritos, que si se trata de puro azar. Los números premiados en la lotería son también resultados muy apreciados como noticia. Los diarios anuncian las listas completas, dan con todo cuidado los premios de toda clase de loterías y sorteos y el espectáculo de los niños del colegio de san Ildefonso —ahora también las niñas— cantando el gordo de Navidad es un recurso informativo tradicionalmente apreciado en la televisión y en la radio.

En los concursos televisados, el resultado se mide en pesetas y a menudo el proceso consiste en una especie de examen de cultura general. Las respuestas son premiadas o castigadas de forma inapelable y la cultura, en los concursos, aparece con el rigor y la exactitud admirables de todo lo que se puede reducir a un sí o un no y valorarse en pesetas.

Precios, estadísticas, sondeos

La oferta y la demanda produce en la vida económica y social infinidad de resultados. El precio es el resultado que orienta fácilmente sobre el interés de una compra-venta, lo mismo si se trata de un edificio que de un cuadro en una subasta y los ceros de un contrato orientan sobre la cotización de una estrella de cine o un futbolista extranjero. Las cotizaciones de Bolsa son, por cierto —ya lo dijo MCLUHAN (1971)— una de las columnas tradicionales de la prensa y se componen de resultados. A la cotización de los diversos títulos se añaden los índices, resultados de resultados, que resumen en la televisión las subidas o bajadas de las Bolsas en relación con el nivel de primero de año.

Los índices mensuales que registran las subidas o bajadas de los precios al consumo suelen ser noticia que va en portada y muchas veces que tiene, además, comentario editorial. Las estadísticas son resultados apreciados informativamente. Téngase en cuenta que la mayor parte de la gente, como dice GANS (1979), sólo aparece en los periódicos cuando se halla incluida en alguna estadística. La estadística es el registro indiscutible y exacto de la presencia anónima. La estadística permite además comparar unos países con otros y se puede esgrimir lo mismo con ánimo derrotista que triunfal. Tiene siempre el prestigio de lo exacto. Es curioso ver un debate televisado, con los participantes que llevan sus papelitos llenos de estadísticas que esgrimen como algo indiscutible, aunque resulten contradictorias. Una estadística parece más convincente

que un argumento, o al menos más inapelable, y no se puede rebatir más que con otra estadística.

Al capítulo de las sumas y convergencias numéricas se han venido a añadir las encuestas y sondeos de opinión. Los periódicos destacan en portada los resultados de sondeos de opinión que ellos mismos han encargado. Algo tan fluido y vago como los estados de opinión —sobre todo si se refieren a temas en que la gente no ha pensado todavía gran cosa— se convierten en verdades indiscutibles gracias al prestigio de lo numérico. Después de aparecer en portada de los periódicos lo que la gente piensa sobre algo en que no creía pensar, el público se moviliza efectivamente para pensar en ello, pero ya sobre la falsilla del sondeo que es un equivalente numérico del prejuicio. En la proximidad de las elecciones, la publicación de sondeos anticipa los resultados o los sustituye por unos días. Se comentan los resultados supuestos antes de comentar los verdaderos. Con los sondeos, la opinión misma —algo provisional, fluctuante y vago— se convierte en un resultado.

Una variante trascendente y solemne de resultados es la de las elecciones. Sea cual sea la opinión del periódico, los resultados electorales, ya sean definitivos, ya anticipados por las proyecciones cada vez más perfectas, son acatados por todos. Las impugnaciones y recuentos resultan poco periodísticos. Las elecciones son una ilustración destacada de la trascendencia de los resultados en la configuración del futuro. Durante mucho tiempo se harán infinidad de cosas con el respaldo de un resultado cifrado acaso en tantos o cuantos millones de votos. Pero aun cuando el candidato a presidente haya obtenido un solo voto más que su rival, todo el poder es para él durante cuatro años. He aquí la trascendencia de un resultado. Cambiarán los puestos, bajarán unos y subirán otros, se harán nuevas leyes y el panorama político y social se alterará como efecto indiscutible de un resultado electoral.

Las simples votaciones, aun sin elección, son igualmente resultados, y sirven para dirimir difíciles e intrincadas cuestiones. Hay quien quiere argüir, y hay quien se limita a atajar imperiosamente: «Votemos, votemos». Son los que prevén que el resultado les va a ser favorable. Por votación se aprueban las leyes, se dictan las sentencias, se proveen las cátedras, se deciden las huelgas, tienen vía libre los presupuestos y, en definitiva, se determina en unos segundos el perfil de un futuro de años. La votación aporta así una precisión casi inmediata y su repercusión en el porvenir es evidente: tanto por la facilidad con que la precisión numérica define un hecho como por la certeza de sus abundantes repercusiones en el futuro, el resultado es un rasgo o factor periodístico destacado. Los hechos que aparecen como un resultado tienen muchas probabilidades de ser escogidos por los medios como noticia.

Fabricantes de resultados

Como hemos apuntado ya, son resultados las leyes parlamentarias, los decretos gubernativos, las órdenes ministeriales. Lo son también las sentencias y resoluciones judiciales. Lo son decisiones políticas como los nombramientos, ceses y dimisiones, éstas cuando son aceptadas. Los resultados tienen efectos oficiales en cuanto aparecen en ese registro político y administrativo que es el *Boletín Oficial del Estado* y los demás

diarios oficiales de las instituciones con autoridad. Pero visualmente ese efecto decisivo del resultado se anticipa con la firma. La firma es, con la cifra o número, los dos grandes símbolos de los resultados, rasgo periodístico dominante de las noticias más inatacables e indiscutibles, y por lo tanto que parecen más serias. La firma sugiere decisión, voluntad, compromiso. Cuando dos adversarios firman un mismo documento, no importa ya lo que digan: han firmado. Las paces se firman con solemnidad, y también los acuerdos, los tratados, los convenios, las compra-ventas, los nombramientos, ceses y dimisiones, los pactos, las fusiones. Las firmas y los números suelen ser las pistas más rápidas para reconocer los resultados.

Los gobiernos son grandes fabricantes de resultados: por eso influyen tanto en los medios. Por contrario que sea un diario al gobierno, conservador o socialista, de su país no tiene más remedio que informar de lo que hace, puesto que sus decisiones obligan a todos, y anunciar y explicar que se propone hacer. Las decisiones de un Consejo de Ministros suelen ir en portada y las leyes, aunque disgusten, se acatan. Pero los gobiernos no sólo influyen en el futuro del país a través de las leyes que consiguen aprobar en las cámaras, los decretos que aprueban por sí mismos y los nombramientos y ceses que deciden, sino que pueden hacer aparecer varias veces como hecho, como noticia, un mismo resultado.

Primero es una filtración, la sospecha de un propósito. Puede deslizarla el mismo gobierno, si considera que será bien acogida o tiene dudas, a modo de globo sonda, mucho antes de decidirse realmente a hacerlo y cuando quizá ni dispone aún de los recursos apropiados. O puede, por el contrario, filtrarla la oposición, con el propósito de que se levante una reacción contraria que dé el traste con el proyecto. Si va adelante, un periodista avisado, ayudado por una fuente interesada, lo explicará con detalle antes de que se discuta públicamente. Se discute al fin. Y se aprueba. En todos esos momentos lo que hasta ahora no es verdadero resultado ha sido ya noticia. Pero aún podrá serlo varias veces más. Cuando se aprueben los créditos, cuando se inicien las obras y, por fin, cuando se inauguren. En el caso de las leyes, vendrá luego lo que se llama su desarrollo, decretos, reglamentos, y su aplicación. Y si son leyes marco, las otras leyes más pequeñas que caben en el marco o lo rebasan, en cuyo caso habrá que recurrir a los tribunales. Las sentencias son también, como hemos visto, resultados. Todo el que puede producir un resultado que obligue tiene poder. Los resultados enmarcan y moldean el futuro.

Los resultados dan solvencia y estabilidad a los medios. Confirman los principios de universalidad en los temas y neutralidad en la selección, permiten coexistir en unas mismas páginas la política, el deporte, la economía. A falta de estudios más numerosos y detenidos —de verdaderos resultados—, considero que entre un cuarto y un tercio del contenido informativo de los medios son resultados. Eso es especialmente cierto en los diarios y depende también, naturalmente, de los días en que se celebran los encuentros deportivos y del espacio que destine a las cotizaciones.

Pero la variedad de los resultados, comprendidos los más trascendentes, los de la legislación, la política y la administración del país, hacen de ellos un rasgo periodístico fundamental. Sin resultados la vida de los medios sería precaria, no tendrían la respetabilidad que tienen y su trabajo resultaría mucho más difícil y mucho menos agradecido. Los resultados muestran el polo positivo, oficial y apaciguador de la

acción social: son términos indiscutibles y referencias objetivas de los procesos sociales y como tales producen efectos en el futuro. Los resultados son un factor de orden en el caos.

Patrícia LAZARO (1988) ha tratado de establecer una posible relación entre la línea periodística o modelo de diario y el dominio de uno de los rasgos o factores periodísticos. Parte de la clasificación de modelos de diario establecida por CASASÚS & ROIG (1981), que distinguen los siguientes: informativo-interpretativo, opinión, popular-sensacionalista (modelos genuinos), sensacionalista-informativo y opinión-informativo (modelos híbridos). Considera que corresponden a la fórmula informativo-interpretativo *La Vanguardia*, *El País* y *Diari de Barcelona*, a la popular-sensacionalista *El Día de Catalunya* y a la sensacionalista-informativo *El Periódico* y *Avui*. Estudia las portadas de estos diarios en tres días no sucesivos, y llega a la conclusión de que los modelos informativo-interpretativos, cuando elaboran la primera plana —y también el resto de las páginas—, prestan más atención a los hechos o asuntos que comportan un resultado, mientras que los modelos populares tratan con más asiduidad otro rasgo o factor periodístico, las explosiones. Lo que era lógico aparece comprobado.

Las condiciones que explican a fin de cuentas la utilidad de los resultados como los hechos noticiosos son las siguientes:

1) Un resultado se define por sí mismo como hecho (o acto-unidad). Es algo que aun cuando compendie y termine un largo y complejo proceso es sencillo y casi instantáneo, y tiene incluso a menudo una precisión numérica.

2) El resultado es un hecho público, indiscutible, inequívoco. Es por ello mismo muy apto para ser comunicado como pura información, interesante, útil o necesaria para públicos de ideas distintas e intereses contrapuestos.

3) Responde a un acto público previamente anunciado y previsto o es comunicado por la misma fuente interesada o algún organismo oficial. Los medios pueden prever el evento y cubrirlo informativamente a su comodidad en el caso de que el resultado se produzca o anuncie en un acto público, y si es una información que les llega por la fuente interesada o vía agencia obtienen sin esfuerzo el fruto de un acaso largo y costoso trabajo ajeno.

4) Tendrá repercusiones abundantes en el futuro. Si es una ley o un decreto, su cumplimiento será obligado y modificará conductas de millones de personas a lo largo de mucho tiempo. Unas repercusiones se derivan de esa vigencia oficial, otras del mismo carácter indiscutible del resultado: un equipo obtendrá el campeonato, otro será eliminado o perderá categoría. Los resultados producen efectos automáticamente y por lo tanto promueven un máximo de repercusiones.

- GANS, Herbert J. (1979); *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*, Pantheon Books, Nueva York., p. 15. «The unknowns who appear in the news are, by most criteria, an unrepresentative lot; and most ordinary people never come into news, except as statistics»
- GOMIS, Lorenzo (1987); «Doce años después», prólogo a la segunda edición de *El medio media*. En la exposición de los resultados y los demás factores o rasgos periodísticos que hice ante el tribunal del concurso a plaza de profesor titular de periodismo en noviembre de 1986 utilicé un recuento de las portadas de dos diarios de Madrid y Barcelona en dos días sucesivos (martes 11 y miércoles 12 de noviembre). Los «resultados» representaban aproximadamente una cuarta parte del contenido informativo de las portadas. Los factores o rasgos considerados entonces eran: 1) apariciones, 2) desplazamientos y reuniones, 3) resultados y proyectos y 4) violencia y sus secuelas. Posteriormente he retocado la clasificación de rasgos, he suprimido las reuniones (son desplazamientos), los proyectos (es un término demasiado vago) y he sustituido la violencia y sus secuelas por el término más específico «explosiones», que incluye sólo las destrucciones violentas e irreversibles de vidas humanas. Así aparece ya en el prólogo a la nueva edición de *El medio media*, Mitre, 1987. En 1987 y 1988 varios estudiantes de tercero en Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona han realizado trabajos de investigación sobre este tema.
- LÁZARO I PERNÍAS, Patricia (1988); «Els factors periodístics i els models de diari», trabajo de investigación mecanografiado, Universitat Autònoma de Barcelona.
- LIPPMAN, Walter (1964); *La opinión pública*, Compañía general fabril editora, Buenos Aires. (Original inglés, *Public Opinion*, muchas ediciones a partir de 1924. La que menciona la traducción argentina es de 1949), p. 249 ss.
- MCLUHAN, Marshall (1971); *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México. (Edición original: *Understanding Media: The Extensions of Man*, (1964), p. 256. «Los anuncios clasificados (y cotizaciones de bolsa) son los cimientos de la prensa. Si se encontrase una fuente alternativa y de fácil acceso para estas dos clases de información, la prensa cerraría».

Resumen

El autor considera que en todo hecho noticioso puede reconocerse uno o varios de los rasgos siguientes: 1) Resultados. 2) Apariciones. 3) Desplazamientos. 4) Explosiones. En este artículo explica el concepto de «resultados» —registro indiscutible de un hecho fehaciente—, desde las leyes que publica el BOE o los acuerdos internacionales hasta los tanteos deportivos, los índices de precios y las cotizaciones de bolsa. Como términos indiscutibles y referencias objetivas de los procesos sociales, los «resultados» dan solvencia y estabilidad a los medios.

Palabras clave: prensa, noticia, información.

Nota biográfica

Profesional de la prensa escrita, es catedrático de Géneros Periodísticos en el Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Informació. Entre su producción destaca *El medio media*, Mitre (edición ampliada y revisada), Barcelona 1987.
